

Upaya Strategi Mempertahankan Bisnis Ikan UD. Rizky di tengah Pandemi Covid-19

Rizkyta Reza Prasetyo¹, Ni Nyoman Sunariani²

Universitas Pendidikan Nasional (UNDIKNAS) Denpasar

Email : ¹rizkytareza5@gmail.com, ²sunarianinyoman@gmail.com

Keyword :

Covid-19,
Entrepreneurship,
UKM Business.

Abstract. The impact of Covid-19 occurred throughout the world including Indonesia. In Indonesia many UKM companies are affected, one of which is UD. Rizky. In this study, will analyze the efforts of UD. Rizky in maintaining business in the midst of the Covid-19 pandemic. The theme was raised to be able to know what efforts are being made in a UKM company in the midst of a co-19 pandemic. Based on the analysis and discussion, it can be concluded that UD. Rizky was able to survive in the midst of the Covid-19 pandemic, with all the efforts being made to keep this business running despite many difficulties being experienced. During this pandemic, UD. Rizky experienced a decline in demand from customers, this also led to a decline in income far from before. UD. Rizky is a fish supplie business, of course fish is a staple food, with it also makes this business can still survive amid the Covid-19 pandemic.

Kata kunci :

Covid-19,
Kewirausahaan, Bisnis
UKM

Abstrak. Dampak Covid-19 terjadi diseluruh dunia termasuk Indonesia. Di Indonesia banyak perusahaan UKM yang terkena dampaknya, salah satunya UD. Rizky. Dalam penelitian ini, akan menganalisis tentang upaya UD. Rizky dalam mempertahankan bisnis di tengah pandemi Covid-19. Tema tersebut diangkat agar mampu mengetahui upaya apa saja yang dilakukan dalam sebuah perusahaan UKM di tengah pandemi Covid-19. Berdasarkan analisis dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa UD. Rizky mampu bertahan di tengah pandemi Covid-19, dengan segala usaha yang dilakukan membuat bisnis ini tetap berjalan meskipun banyak kesulitan yang tengah dialami. Di masa pandemi ini, UD. Rizky mengalami penurunan permintaan dari pelanggan, hal ini juga membuat menurunnya pendapatan jauh dari sebelumnya. UD. Rizky merupakan bisnis supplier ikan, tentu ikan merupakan makanan pokok, dengan hal tersebut juga membuat bisnis ini masih dapat bertahan ditengah pandemi Covid-19.

DOI :

10.30595/jssh

I. PENDAHULUAN

Pada tahun 2019 Indonesia digemparkan oleh Covid-19 yang muncul di Wuhan, China. Di dunia saat ini wabah tersebut menyerang seluruh Negara.

Covid-19 ini merupakan menyebabkan penyakit dimulai dari gejala ringan sampai berat. Virus ini memiliki tanda dan gejala umum seperti panas tinggi, batuk, dan gangguan pernafasan. Dampak dari Covid-

19 terjadi di seluruh bidang seperti, sosial, pariwisata, pendidikan dan ekonomi. Pemerintah mengeluarkan Surat Edaran (SE) per tanggal 18 Maret 2020, dimana berisikan hal mengenai segala kegiatan di dalam dan di luar ruangan di semua sektor sementara waktu ditunda demi mengurangi penyebaran Covid-19. Dampak yang paling besar selain kesehatan adalah bidang ekonomi.

Pada kesempatan ini saya akan melakukan penelitian di sebuah perusahaan UKM, yaitu UD. Rizky yang menjalankan bisnis supplier ikan, yang beralamatkan di jalan Raya Sesetan, gang Ikan Mas, nomor 31D, Denpasar, Bali.

UD. Rizky merupakan sebuah usaha supplier ikan yang didirikan oleh Bapak Eri Prasetyo. Usaha ini berdiri pada tahun 2008. Bapak Eri Prasetyo yang dibantu dengan istrinya memulai bisnis ini dari bawah, hingga sekarang bisnis ini sudah banyak kemajuan berkat usaha mereka berdua. Namun, dengan keadaan saat ini usaha yang dimilikinya masih harus tetap berjalan karna bisnis ini merupakan satu-satunya sumber penghasilan yang mereka miliki.

Permintaan ikan dari para customer juga harus tetap terpenuhi demi berjalannya kerjasama yang baik antara pihak supplier dan customer. Permintaan dari customer yang bersifat tidak menentu, membuat pelaku bisnis UKM (dalam hal ini adalah bapak Eri), harus tetap membuka usahanya, untuk melayani permintaan customer.

Keadaan usaha pada saat ini tentu mengalami suatu penurunan jauh dari sebelum terjadinya pandemi. Sehingga diperlukan upaya agar bisnis UKM tetap dapat berjalan dan mampu sustain. Kekhawatiran saat ini adalah tidak ada stock ikan yang tersedia sehingga permintaan customer tidak dapat terpenuhi dengan baik seperti sebelumnya.

Masalah lain yang dihadapi adalah ketepatan waktu pembayaran para customer yang terkadang mengalami keterlambatan, sehingga berdampak pada aspek cashflow (perputaran arus kas). Hal inilah yang menjadikan para pelaku bisnis harus lebih baik dalam pengelolaan keuangannya.

Sejak merebaknya pandemi yang disebabkan oleh virus Corona di Indonesia, banyak cara yang dilakukan oleh pemerintah untuk mencegah penyebarannya. Melalui surat edaran pemerintah RI Tahun 2020 tentang pencegahan Covid-19, bahwa masyarakat dianjurkan untuk menerapkan sistem social distancing dan juga efektivitas layanan publik. Masyarakat di anjurkan untuk melakukan segala kegiatan dengan di rumah saja. Seperti sistem pembelajaran sekolah, perkuliahan bahkan tidak menutup kemungkinan segala suatu pekerjaan dilakukan di rumah. Masyarakat diizinkan untuk melakukan kegiatan di luar rumah jika hal tersebut bersifat urgent saja, dan tetap menggunakan protokol kesehatan dengan menggunakan masker, dan menggunakan handsanitizer.

UD. Rizky merupakan sebuah usaha supplier ikan yang didirikan oleh Bapak Eri Prasetyo. Usaha ini berdiri pada tahun 2008. Bapak Eri Prasetyo yang dibantu dengan istrinya memulai bisnis ini dari bawah, hingga sekarang bisnis ini sudah banyak kemajuan berkat usaha mereka berdua. Usaha yang dirintis dari bawah sekarang sudah banyak mengalami kemajuan. Jatuh bangun menjalankan sebuah usaha sudah dirasakan oleh keduanya. Dengan kesabaran dari pasangan suami istri ini membuahkan hasil yang baik. Hingga saat ini bisnis ini sudah memiliki banyak customer, seperti warung lalapan, pedagang pasar, warga sekitar lokasi UD. Rizky, dan biasanya banyak customer baru yang memesan ikan.

Harga ikan di UD. Rizky sangat jauh dari tempat lainnya, harga yang ditawarkan sangat murah sehingga banyak customer dari tempat lain yang memilih untuk membeli ikan di UD. Rizky. Banyak jenis ikan yang tersedia di UD. Rizky, seperti ikan tuna, ikan bawal, ikan tenggiri, ikan gindara, cumi – cumi, telur ikan, dan lainnya. UD. Rizky juga menerima pesanan ikan secara khusus (mulai dari pembersihan ikan sampai dengan pengolahannya), sehingga customer hanya tinggal menerima hasil olahan ikan.

UD. Rizky berlokasi di jalan Raya Sesetan, gang Ikan Mas nomor 31D. Tempat usaha tersebut bukan merupakan sebuah kantor, melainkan sebuah gudang yang di dalamnya terdapat freezer tempat penyimpanan ikan. Terdapat 3 (tiga) freezer besar, terkadang masih kurang tempat untuk menampung stock ikan yang dibawa ke gudang. Karena tidak hanya mengambil ikan di gudang Benoa, namun juga menerima jika ada yang ingin menjual ikan kepada UD. Rizky tentu saja ikan yang bisa diperjualbelikan lagi memiliki beberapa ketentuan, seperti ikan harus dalam kondisi yang bagus atau tidak rusak, sesuai jenis ikan yang dapat dipasarkan kembali. Terkadang terdapat beberapa jenis ikan yang tidak dapat diperjualbelikan kembali, tergantung dari banyak nya peminat ikan tersebut, jika sedikit peminatnya maka akan sulit untuk dijual kembali.

UD. Rizky memiliki satu orang karyawan, karena ikan yang dijual merupakan ikan yang memiliki memiliki ukuran besar, bahkan sampai ada yang belasan hingga puluhan kilogram (kg). Namun ikan untuk dikonsumsi setiap harinya juga ada seperti ikan yang berukuran kecil untuk digoreng atau diolah menjadi soup. UD. Rizky juga biasa membuka tempat berjualan di tepian jalan setiap akhir tahun atau malam tahun baru,

peluangnya cukup besar bahkan terkadang ikan terjual semua. Selain membuka lapak, UD. Rizky tetap menerima transaksi jika ada yang akan melakukan pembelian di gudang, dan juga bisa disimpan terlebih dahulu untuk beberapa hari, sebelum diambil oleh customer.

II. ANALISIS PERMASALAHAN

Menurut Rangkuti (2000), pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan berdasarkan tiga tipe yaitu, strategi manajemen, strategi investasi, dan strategi bisnis. Berikut adalah penjelasannya.

a. Strategi Manajemen

Merupakan strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro misalnya, strategi pengembangan produk, strategi penerapan harga, strategi akuisi, strategi pengembangan pasar, strategi mengenai keuangan, dan sebagainya.

b. Strategi investasi

Merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi. Misalnya, apakah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru atau strategi divestasi, dan sebagainya.

c. Strategi bisnis

Merupakan strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi, dan strategi-strategi yang berhubungan dengan keuangan.

Menurut Kotler (2004), Strategi pemasaran merupakan pola pikir yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran pada suatu perusahaan, bisa

mengenai strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran (marketing mix), dan besarnya sebuah pengeluaran pemasaran.

Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa ada permasalahan yang terdapat di dalam UD. Rizky ini adalah bagaimana cara mempertahankan bisnis di tengah Pandemi Covid-19. Di tengah masa pandemi seperti ini banyak pelaku bisnis yang mengalami kesulitan dalam menjalankan bisnisnya, tidak sedikit usaha UKM mengalami penurunan pendapatan dan bahkan mengalami kebangkrutan. Namun UD. Rizky yang bergerak dalam bisnis supplier ikan ini, masih bisa berjalan di tengah pandemi Covid-19 dan era new normal seperti sekarang ini.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesuai dengan analisis dari permasalahan di atas, dapat diketahui tentang bagaimana cara mempertahankan bisnis di tengah pandemi ini yaitu ketersediaan stock ikan yang terbatas. Kemudian, dengan adanya ketersediaan stock ikan yang terbatas sangat berpengaruh terhadap permintaan customer yang tidak terpenuhi. Ketersediaan ikan di gudang Benoa sangat mempengaruhi ketersediaan ikan di UD. Rizky, penyebab keterbatasan ikan digudang Benoa dikarenakan kapal ikan yang harusnya berlayar disarankan untuk beristirahat sejenak, jika berlayarpun akan terkendala pada keterbatasan para nelayan. Para kapal ikan yang sudah terlanjur berlayar pun ditahan untuk tidak masuk wilayah Benoa Bali untuk sementara waktu, hal tersebut sangat menghambat ketersediaan ikan di UD. Rizky.

Solusi Permasalahan

Upaya atau strategi yang dilakukan oleh UD. Rizky untuk mengatasi keterbatasan stock ikan, sebagai berikut.

- Mencari gudang ikan di benoa yang masih memiliki stock ikan.
- Menerima jual beli ikan dari nelayan.
- Menjalin kerjasama dengan UD lain yang sama – sama di bidang supplier ikan.

IV. KESIMPULAN

Kesimpulan

UD. Rizky merupakan salah satu bisnis UKM yang sedang berupaya untuk tetap bertahan di tengah pandemi Covi-19. Beberapa upaya yang dilakukan adalah dengan cara mencari gudang ikan, menjalin kerjasama dengan UD lain, dan menerima jual beli ikan dari nelayan. Sehingga, perputaran kas tetap berjalan dengan baik dan bisnis UKM tetap bertahan.

Saran

Saran untuk UD. Rizky adalah, ada baiknya untuk sementara waktu membuka layanan baru, yang dimana mereka biasanya menyediakan berbagai menu olahan ikan yang bisa dijadikan bisnis rumahan. Dengan harga yang terjangkau masyarakat sekitar pasti ingin mencobanya. Hasil dari penjualan olahan tersebut bisa membantu menambah pemasukan pendapatan setiap harinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Fitriyani, I., Sudiyarti, N., & Fietroh, M. N. (2020). Strategi Manajemen Bisnis Pasca Pandemi Covid-19. *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(2), 87-95. Retrieved from <https://journal.publication-center.com/index.php/ijssh/article/view/106>.

- Hanoatubun, S. (2020). Dampak Covid – 19 terhadap Prekonomian Indonesia. *EduPsyCouns: Journal of Education, Psychology and Counseling*, 2(1), 146-153. Retrieved from <https://ummaspul.e-journal.id/Edupsycouns/article/view/423>
- Hardilawati, W. Laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*, 10(1), 89-98. <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Kotler, Philip. (2004). *Manajemen Pemasaran, Alih Bahasa Hendra Teguh*. Jakarta: PT. INDEKS.
- Narto, N., Gatot Basuki HM. (2020). Penguatan Strategi Pemasaran Puduk di Tengah Pandemi Covid-19 untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing Usaha Mikro Kecil Menengah Kota Gresik. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, Vol. 6 No. 1. Retrieved from <https://doi.org/10.30656/intech.v6i1.2195>
- Pakpahan, AK. (2020). COVID-19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional by Universitas Katolik Parahyangan*. Retrieved from <https://doi.org/10.26593/jihi.v0i0.3870.59-64>
- Ramadhan, A., Sofiyah, FR. (2013). Analisis SWOT Sebagai Landasan Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus McDonald's Ring Road). *Jurnal Hasil Riset*. <https://www.e-jurnal.com/2014/11/analisis-swot-sebagai-landasan-dalam.html>
- Rangkuti, Freddy. (2000). *Bussiness Plan*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama
- Resty Avita Haryanto (2013). Strategi promosi, kualitas produk, kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran McDonald's manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4). <https://doi.org/10.35794/emba.1.4.2013.2923>